****

*Escuela Provincial de Educación Técnica N°7 “Vicente Arcadio Salemi”*

*PROYECTO INTEGRADOR:*

**TIENDA DE RELOJES INTELIGENTES   
“TECH FORTH”**

**Espacios Curriculares:** -Desarrollo de Microemprendimientos.

-Comercialización.

**Profesores:** -Sosa Noelia.

-López Evaristo.

-Vergara Martin.

**Alumnos:** -Barrios Cristian.

-Gómez Miguel.

**Curso:** 7° **División:** IV

*Ciclo Lectivo 2021*

**ÍNDICE**

[FUNDAMENTACIÓN 4](#_Toc87957608)

[LOGOTIPO 4](#_Toc87957609)

[SLOGAN 5](#_Toc87957610)

[CONCEPTO DE MICROEMPRESA 5](#_Toc87957611)

[CUALIDADES DEL EMPRENDEDOR 5](#_Toc87957612)

[LA IDEA 6](#_Toc87957613)

[EL PRODUCTO 6](#_Toc87957616)

[PLAN DE VIABILIDAD 8](#_Toc87957614)

[FACTOR DIFERENCIADOR 9](#_Toc87957615)

[CONCEPTO DE MERCADO 9](#_Toc87957617)

[*¿PARA QUE HACER EL ESTUDIO DE MERCADO?* 9](#_Toc87957618)

[*OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO* 9](#_Toc87957619)

[*CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO DE MERCADO* 10](#_Toc87957620)

[LA ENCUESTA 10](#_Toc87957621)

[SEGMENTACIÓN DEL MERCADO 12](#_Toc87957622)

[ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA 12](#_Toc87957626)

[PLAN DE APROVISIONAMIENTO 13](#_Toc87957627)

[PLAN DE OBTENCIÓN DE BIENES DE USO 13](#_Toc87957628)

[PLAN DE VENTAS 14](#_Toc87957629)

[PLAN DE FINANCIACIÓN 15](#_Toc87957630)

[EL COSTO 15](#_Toc87957631)

[POSICIONAMIENTO 16](#_Toc87957632)

[PUBLICIDAD 16](#_Toc87957633)

[POLITICAS PUBLICITARIAS 17](#_Toc87957634)

[ANÁLISIS FODA 17](#_Toc87957635)

[**FORTALEZAS:** 17](#_Toc87957637)

[**DEBILIDADES:** 18](#_Toc87957638)

[**OPORTUNIDADES:** 18](#_Toc87957640)

[**AMENAZAS:** 18](#_Toc87957641)

[COMERCIALIZACIÓN 18](#_Toc87957642)

[*FUNCIONES DE LA COMERCIALIZACIÓN* 18](#_Toc87957643)

[*SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN* 19](#_Toc87957644)

[*METODOS DE VENTA* 19](#_Toc87957644)

[POLÍTICAS, INSTRUMENTOS Y ESTRATEGIAS COMERCIALES 19](#_Toc87957646)

[COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y PROCESO DE COMPRA 19](#_Toc87957650)

[POSICIONAMIENTO 20](#_Toc87957654)

[*MAPA DE POSICIONAMIENTO* 20](#_Toc87957656)

[CANALES DE VENTAS Y DISTRIBUCION 21](#_Toc87957654)

[ARQUITECTURA DE PRECIOS 22](#_Toc87957654)

**FUNDAMENTACIÓN**

Tech Forth es un negocio dedicado a la venta de relojes inteligentes, ofrecemos los mejores productos en relación calidad-precio.  
Estamos orientados al área tecnológica, por lo que creemos que es importante que las personas cada vez estén más conectados a la tecnología para satisfacer sus necesidades y brindar un mejor estilo de vida.   
La microempresa nace por aquella necesidad de mejorar nuestras vidas, hoy en día todos tienen teléfonos celulares, pero a medida que pasa el tiempo, los dispositivos requieren de mayor compatibilidad para adaptarse a diferentes situaciones de la vida diaria, es por eso que optamos por explotar en el mercado de los relojes inteligentes porque creemos que es una buena alternativa para ciertos usos que otros dispositivos no pueden cumplir, además, los relojes inteligentes están cada vez más avanzados, por lo que no es de esperar a que aparezcan nuevos modelos revolucionarios que estarán disponibles en nuestro negocio para que las personas puedan adquirirlos.

**LOGOTIPO**



El logotipo de nuestro negocio está desarrollado con dos colores, el verde y el negro, ambos en un tono claro, con el objetivo de transmitir tranquilidad y confianza a nuestros clientes.

El color **Verde** lo hemos implementado en ese tono debido a que transmite tranquilidad y está asociado a la riqueza, ya que nosotros ofrecemos productos de lujo. Al igual que el **Negro** ya que es utilizado para productos de lujo y posee una habilidad única para atraer compradores.

La forma de un reloj inteligente animado representa perfectamente a nuestros productos y da a conocer al cliente de una manera directa a que nos dedicamos como negocio.

En la parte interna del logo, se encuentran unas pequeñas figuras, haciendo referencia a las funcionalidades de nuestros productos de una manera muy básica y precisa.

**ESLOGAN**

El eslogan que elegimos para nuestra microempresa es:

“TODO AL ALCANCE DE TU BRAZO”

Este eslogan fue pensado con la idea de transmitirle al cliente que hoy en dia la tecnología está avanzando a pasos agigantados y que ahora los dispositivos son compactos y mas eficientes, esto sin duda va a generar una sensación de satisfacción al saber que un reloj cuenta con muchas funcionalidades que le puede ser de ayuda en diferentes actividades de su vida cotidiana.

**CONCEPTO DE MICROEMPRESA**

La microempresa es una pequeña unidad de carácter económica de comercialización y/o producción, que tiene la posibilidad de auto desarrollarse, auto abastecerse y de crecimiento.

Nuestro microemprendimiento es: Una Tienda de Relojes Inteligentes, llamado “Tech Forth” se encuentra ubicado en Av. González Lelong 600.

**CUALIDADES DEL EMPRENDEDOR**

Nos sentimos identificados con varias cualidades, entre ellas, **contar con la motivación suficiente**, **tener honestidad con nosotros mismos y ser realistas**, para no dejarnos llevar muy lejos por nuestra imaginación, **tener la capacidad y el deseo** de seguir aprendiendo, **pensar con cautela antes de tomar decisiones importantes**, y finalmente el que consideramos nuestra cualidad más importante, **tener resiliencia**.

**LA IDEA**

La idea surge por la alta demanda de estos aparatos tecnológicos en la zona, Además de contar con la información suficiente, con el conocimiento preciso en cuanto a este rubro, también tenemos el capital para la inversión, la voluntad necesaria para emprender, y agregado a todo esto, que al precio que podemos venderlos es accesible en comparación a otros productos similares, teniendo en cuenta todos estos factores, vimos la posibilidad y viabilidad del proyecto, siempre aferrándonos a nuestras posibilidades.

**EL PRODUCTO**

En este caso presentaremos uno de nuestros productos, se trata del Reloj Inteligente **Mi Smart Band 5 Xiaomi**:

Con 10 años de trayectoria, Xiaomi se posiciona como uno de los líderes indiscutidos en el mercado de los smartwatches. Sus productos se destacan por la calidad, el diseño sencillo y muy buenas prestaciones. La Mi Band tiene todo lo necesario para acompañarte en tu rutina.  
  
La Mi Band 5 es un salto de evolución respecto a sus predecesoras. Sin perder su versatilidad, la nueva pulsera inteligente de Xiaomi presenta mejoras que la hacen mucho más cómoda y funcional. Una de las principales es el cargador magnético: basta con acercar el extremo de carga al dispositivo y comenzará a llenarse la batería. Por otro lado, su pantalla OLED presenta colores bien definidos y buen contraste, para visualizar con facilidad los datos incluso con luz solar directa. Y si hablamos de funcionalidades deportivas y de salud esta nueva versión se destaca de las demás por su precisión.

Algunas de sus **Características Generales** son:

* Pantalla táctil AMOLED de 1.1".
* Recibe notificaciones de WhatsApp.
* Reproduce audio.
* Resiste hasta 50m bajo el agua.
* Batería de 14 días de duración.
* Conectividad por Bluetooth.
* Capacidad de la memoria interna de 16MB.
* Sensores incluidos: acelerómetro, giroscopio, sensor óptico de frecuencia cardíaca ppg.
* Malla intercambiable por otros colores, no incluidos en el producto.
* Rango de ajuste de la malla: 155 mm x 219 mm.

**Características Detalladas**:

Pantalla  
AMOLED de 1,1 pulgadas táctil  
Resolución de 126 x 294 px  
301ppi  
  
Dimensiones y peso  
47,2 x 18,5 x 12,4 mm  
11,9 gramos  
  
Materiales  
Plástico PC / Aleación de aluminio  
  
Colores  
Black  
  
Resistencia al agua  
50 metros  
  
Batería  
125mAh (14 días)  
  
Funciones Principales:

Alarma  
Alerta de vibración  
Aplicación deportiva  
Calendario  
Capturador de fotos remoto  
Clima  
Consumo de calorías  
Control de ciclo menstrual  
Cronómetro  
Cuenta pasos  
Desbloquear teléfono  
Distancia recorrida  
Encuentra mi teléfono  
Medidor de frecuencia cardíaca  
Monitor de sueño  
Notificaciones  
Recibir mensajes  
Recordatorio anti sedentarismo  
Recordatorios  
Redes sociales  
Relajación  
Reproducción de música  
Silenciar teléfono  
Temporizador  
Visualizar llamadas  
Sensores  
Acelerómetro, Giroscopio, Sensor óptico de frecuencia cardíaca PPG  
  
Compatibilidad:  
Android 5.0 y superior  
iOS 10.0 y superior

**PLAN DE VIABILIDAD**

Es un informe escrito que nos indica las posibilidades de funcionamiento de nuestra microempresa.

Desde el punto de vista del **Capital**, el proyecto es viable, ya que contamos con un buen presupuesto para iniciar, y no tenemos gastos importantes como el alquiler o muebles.

También contamos con una muy buena **Ubicación**, ya que nos ubicamos sobre una avenida en el centro, donde es muy transitado y nuestros clientes pueden llegar fácilmente a nuestro local.

Refiriéndonos al **Costo del Producto**, creemos también que este plan será viable por los precios accesibles que ofreceremos a nuestros clientes.

Ofreceremos diferentes **Formas de Pago**, lo cual haría que el cliente tenga un abanico de opciones de pago.

Creemos que la **Calidad y Variedad** de nuestros productos que ofreceremos llamará la atención de nuestros clientes, teniendo diferentes modelos para elegir, cada uno con sus características.

**FACTOR DIFERENCIADOR**

Es un factor que hace que los individuos prefieran un vendedor en lugar de otro.

* **Factores económicos**: Nuestro negocio posee buenos precios para los relojes inteligentes, por ese motivo los clientes optarían por comprar en nuestro negocio que, en otros, en donde el precio es más elevado.
* **Factores de practicidad**: Poseemos servicio de delivery, con lo cual, al cliente le resultara más practico adquirir nuestros productos, además de contar con una página web la cual contiene información sobre nosotros.
* **Factores Estéticos**: Contamos con variedad de modelos y colores en nuestros productos, lo cual influye bastante en la decisión final del cliente.
* **Factores Técnicos**: Nuestros productos cuentan con distintas funciones, con una buena variedad de aplicaciones, que ofrecen al usuario una experiencia muy buena, desde lo tecnológico hasta lo práctico, lo cual combinado con los demás factores influye mucho en la decisión final del cliente.
* **Factores Psicológicos**: Contamos con productos con marcas reconocidas y que están de moda como lo es “Xiaomi”, que dan personalidad y estilo a quien lo porte.

**CONCEPTO DE MERCADO**

El mercado es una organización institucional en donde interactúan los oferentes y demandantes reales o potenciales de un determinado bien o servicio.

## ¿PARA QUE HACER EL ESTUDIO DE MERCADO? Este estudio se efectúa con el fin de asegurarse que el proyecto es viable y para ser disparador de estrategias de producción y comercialización del mismo.

## OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo del estudio de mercado es conocer la cantidad de bienes o servicios que los consumidores o usuarios están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades.

Nosotros para cumplir este objetivo, realizamos una breve encuesta en nuestra página web, donde podremos saber la opinión de nuestros clientes lo cual nos sirve para perfeccionarnos.

## CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO DE MERCADO

* **Oportuno**: La encuesta se realizará en el momento que el usuario lo desee una vez haya adquirido un producto nuestro, adaptándonos así a su tiempo y no presionándolo, además que rellenarla solo lleva unos minutos.
* **Objetivo**: La encuesta se van a centrar en los productos y obtener su experiencia con nuestro producto.
* **Relevante**: Las consultas serán simples y rápidas, obteniendo así datos específicos e importantes para nuestro crecimiento como organización.

# **LA ENCUESTA**

Existen tres tipos de encuestas:

* Abiertas
* Cerradas
* Mixtas

En nuestro caso se trata de una encuesta Mixta:

1. ¿Tuvo problemas con el envío?

Si No

1. En caso de haber tener problemas con el envío ¿Qué problemas tuvo?

---------------------------------------------------------------------------------------

1. ¿Está conforme con el producto que adquirió?

Si No

1. En caso de no estar conforme con el producto adquirido ¿Por qué?

---------------------------------------------------------------------------------------

1. En el momento de la compra ¿Qué influyó más en su decisión?

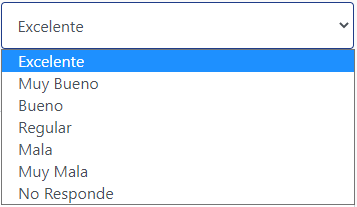
Modelo Color

Marca Calidad

1. Para realizar un promedio ¿Qué edad tiene?



1. ¿Cómo calificaría el producto adquirido?



1. Para finalizar ¿Le gustaría agregar un comentario extra? Agradeceríamos una opinión extra (Opcional):

----------------------------------------------------------------------------------------------------

# **SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

* **Segmentación geográfica:** La tienda se encontrará sobre una avenida muy transitada en el centro, lo cual facilita mucho el arribo de los clientes a nuestro negocio.
* **Segmentación personal**: Por los modelos, diseños y variedad de funciones que cada producto puede aportar a la experiencia del cliente.
* **Segmentación demográfica**: Porque no hay límites de edad ni ninguna otra restricción hacia nuestros productos.
* **Segmentación socio-económica**: Contamos con precios accesibles para cualquier persona con salario mínimo.

# **ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

El análisis de la competencia es una investigación que nos ayuda a saber quiénes son nuestros competidores.

Nosotros para obtener información de nuestra competencia, analizamos los siguientes factores:

**Localización**: Tenemos en cuenta donde se ubica su tienda, si el lugar físico es muy o poco transitado, o si tienen redes sociales.

**Marca**: Si sus productos son de marcas reconocidas o marcas de segunda mano.

**Precio**: Si sus precios con respecto a nuestros productos son elevados.

**Variedad de Productos**: Si cuenta con una buena variedad de relojes inteligentes en su stock de productos con respecto al nuestro.

**Atención al Cliente**: Si su trato para con sus clientes es amable y atento, o desagradable e incorrecto.

**Publicidad**: Si son conocidos en los distintos medios de comunicación.

**Proveedores**: Conocer quien provee sus productos es muy importante para determinar varios factores como el precio de reventa.

**Embalaje**: Si su producto cuenta con un buen embalaje tanto a la hora de presentar el producto o hacer envíos a los clientes.

# **PLAN DE APROVISIONAMIENTO**

Consiste en confeccionar un listado de materias primas, insumos o mercaderías para poder iniciar en un microemprendimiento.

**Capital inicial= $60.000**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cantidad** | **Mercadería** | **Precio Unitario** | **Precio Total** | **Proveedor** |
| 5 | **Mi Smart Band 4c Xiaomi** | $1200 | $6.000 | Mercado Libre |
| 3 | **Mi Smart Band 5 Xiaomi** | $3500 | $10.500 | Mercado Libre |
| 3 | **Smartwaych KW37 Nictom** | $3500 | $10.500 | Mercado Libre |
| 4 | **T500 + Plus Genérica** | $3500 | $14.000 | Mercado Libre |
| 5 | **NM-BAND Netbak** | $1200 | $6.000 | Mercado Libre |
|  |  |  | **TOTAL**: $47000 |  |

# **PLAN DE OBTENCIÓN DE BIENES DE USO**

Un plan de bienes de uso consiste en confeccionar:

* Un listado de bienes de uso.
* Un listado de posibles medios de adquisición.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Cantidad** | **Muebles** | **Medio de Adquisición** | **Precio** |
| 1 | Mostradores | Propio | - |
| 1 | Vitrinas | Propio | - |
| 1 | Ordenador | Propio | - |
| 1 | Aire Acondicionado | Propio | - |
| 2 | Sillas | Propio | - |
| 1 | Mesa | Propio | - |

# **PLAN DE VENTAS**

El plan de ventas es un estudio que consiste en proveer datos para estimar un volumen de ventas, producción, tiempo e inversión de las materias primas o insumos.

**Capital inicial= $60.000**

Al realizar las ventas, los productos se venderían con un 25% más del precio inicial.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cantidad** | **Producto** | **Precio Inicial** | **Aumento de %25** | **Precio Final** |
| 1 | **Mi Smart Band 4c Xiaomi** | $1200 | $300 | $1500 |
| 1 | **Mi Smart Band 5 Xiaomi** | $3500 | $875 | $4375 |
| 1 | **Smartwaych KW37 Nictom** | $3500 | $875 | $4375 |
| 1 | **T500 + Plus Genérica** | $3500 | $875 | $4375 |
| 1 | **NM-BAND Netbak** | $1200 | $300 | $1500 |

Gracias a nuestra campaña de publicidad, las ventas estimadas por día podrían ser de 3 a 4 productos, lo que nos da a entender que todo se acabaría vendiendo en una semana.

Cabe destacar que, si la persona opta por el servicio de delivery, se cobraría un importe de $100, esto nos ayudaría a recuperar la inversión y obtener un 25% más de todos los productos vendidos. Estas ganancias se utilizarían para reabastecer el stock de productos.

# **PLAN DE FINANCIACIÓN**

Consiste en un listado de las posibles fuentes de financiación para obtener el capital.

En nuestro caso son ahorros personales.

**COSTO**

El costo es el dinero gastado en la obtención de recursos necesarios para producir un determinado bien o servicio.

Según su variabilidad, se clasifican en:

* Costos fijos: Se caracterizan porque no varían de acuerdo va aumentando el nivel de producción.
* Costos variables: Se caracterizan porque al contrario del anterior, estos si varían respecto va aumentando el nivel de producción.
* Costos totales: Estos costos están relacionados a un determinado volumen de producción.

Ejemplificación

* Costos fijos:
  + Servicios públicos (electricidad, agua, etc)
  + Mantenimiento del negocio
  + Servicio de internet
  + Transporte
  + Costo de proveedores
  + Combustible de envío (delivery)
* Costos variables:
  + Embalaje
  + Carteles

# **POSICIONAMIENTO**

El posicionamiento es la actividad que tiene como objetivo destacar las diferencias de un bien o servicio respecto a las competencias.

Tendríamos en cuenta:

* **Mejor precio**: Esto me dará ventaja con respecto a mi competencia.
* **Mejor calidad**: Es importante ya que esto podría llamar la atención de los clientes.
* **Mejor atención**: Creo que esto es un punto clave porque el cliente determinara en qué lugar desea comprar teniendo en cuenta el nivel de recibimiento y atención.

# **PUBLICIDAD**

Se denomina publicidad al conjunto de procedimientos empleados para la difusión de un producto o servicio, para así captar la atención de los clientes potenciales.

**Nuestra Publicidad que será difundida es la siguiente**:

*“¿Estas buscando un reloj inteligente? Somos un negocio dedicado a la venta de relojes inteligentes, poseemos los mejores precios, podrás encontrar diferentes modelos accesibles, también poseemos diferentes colores para gustos y preferencias.*

*Si usted tiene pensado comprar un reloj estos días, no compre cualquiera, en nuestra tienda podrá encontrar el mejor reloj inteligente para usted. ¿Qué está esperando? Lo esperamos en nuestro negocio o puede ingresar a nuestra página web.”*

# **POLITICAS PUBLICITARIAS**

Una buena política de publicidad y propaganda debe ser:

* Eficaz en las ventas
* Aceptada por los clientes
* Atractiva
* Que el interés del producto vaya aumentando
* Que genere un deseo
* Persuasiva

# **ANÁLISIS FODA**

El análisis FODA es una lista que nos permite saber las fortalezas y debilidades dentro de la empresa, así como también las oportunidades y amenazas del exterior.

**Fortalezas**:

* Productos a bajo precio y buena calidad
* Buena atención al cliente
* Distintos medios de pago
* Trabajo en equipo
* Buena comunicación
* Conocimiento
* Voluntad

**Debilidades**:

* No posee capacidad de producción
* experiencia en el rubro
* Presupuesto limitado

**Oportunidades**:

* Crecimiento como organización
* Capacidad de producción
* Comercializar otros productos tecnológicos

**Amenazas**:

* Competencia
* Inflación
* Elevados Impuestos

**COMERCIALIZACION**

La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman.

FUNCIONES DE LA COMERCIALIZACION

**1. Diseñar objetivos**

Establecer objetivos orientados al crecimiento de la empresa. Esos objetivos necesitan ser realistas y deben guiar las acciones del departamento.

Dentro de los objetivos del departamento comercial se encuentra garantizar que sea aplicado el concepto de éxito del cliente mediante la utilización del producto o servicio - pues según un estudio de [Aberdeen](https://www.aberdeen.com/), las empresas que implementan estrategias de servicio al cliente tienen hasta un 92% de tasa de retención.

**2. Conocer a los clientes y sus necesidades**

Es una función comercial de la empresa conocer a los clientes y definir los [buyer persona](https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-buyer-persona/), es decir, el perfil de cliente del emprendimiento

Buyer persona es la representación de tu cliente ideal. En otras palabras, es la reunión de las cualidades de tu target en un personaje semi-ficticio, segmentado por características como: localización geográfica, gustos e intereses, educación, renta, y perfil socio - demográfico.

**3. Planificar estrategias**

Además de conocer el perfil del cliente y la demanda del mercado según el segmento de la empresa; es parte de las funciones del departamento de ventas crear las mejores estrategias para alcanzar las metas de ventas del producto o servicio. Es importante que el equipo comercial y el de marketing trabajen juntos para definir las mejores estrategias de divulgación que aseguren el éxito de la planificación comercial.

**4. Diseño del proceso de ventas**

Este proceso incluye preventa, venta y post venta. Recuerda que el post venta es muy importante para [fidelizar a tu cliente](https://www.zendesk.com.mx/blog/importancia-de-la-fidelizacion-de-clientes/).

SISTEMAS DE COMERCIALIZACION

En este caso voy a definir el método de venta de nuestro negocio, en este caso contaríamos con un canal de forma **directa**, debido a que nosotros vamos a vender el producto mediante nuestra tienda y pagina web.

METODOS DE VENTA:

* Venta Directa (vendedores propios) que incluye Telemarketing y Marketing directo e internet (emailings).
* Venta por intermediarios
* Venta a través de red multinivel  
  etc.

**POLITICAS, INSTRUMENTOS Y ESTRATEGIAS COMERCIALES**

El tipo de investigación de mercado que usaríamos seria:

**Cuantitativos**: Necesitamos tener información precisa sobre el cliente para saber los gustos y preferencias de estos y la forma en que reaccionan. La recopilación de datos se haría mediante encuestas.

**COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y PROCESO DE COMPRA**

El comportamiento del consumidor es el análisis de los diferentes factores que influyen en la conducta de una persona o grupo de personas, al momento de realizar la compra de un producto o servicio.

Los factores que tenemos en cuenta para influir en la decisión del cliente son los siguientes:

* Calidad del producto
* Evitar gastos adicionales
* Opiniones y valoraciones de otros clientes
* Sencillez a la hora de realizar la venta
* Atención al cliente

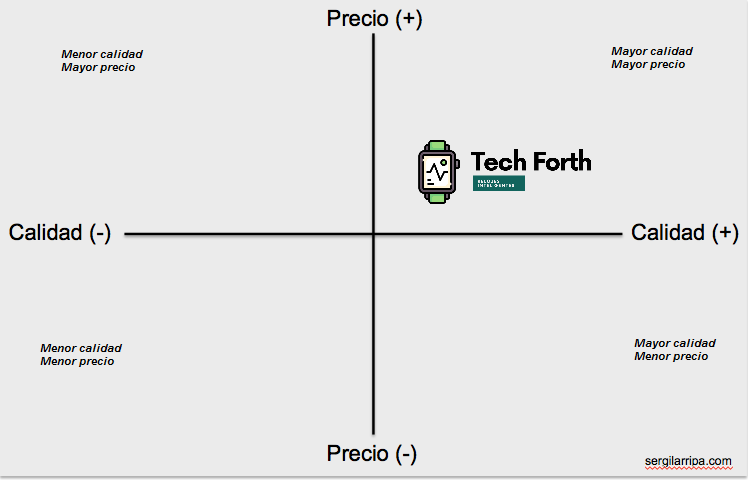
**POSICIONAMIENTO**

Los relojes inteligentes cumplen diferentes funciones capaces de satisfacer las necesidades del usuario. Nuestro negocio posee sitio web en donde los clientes pueden acceder para conocernos más o hacer un pedido de nuestros productos.

La principal diferencia con nuestros competidores es que poseemos variedad de diseños adaptables a cualquier situación y gustos del cliente, además de poseer buena calidad y precios accesibles dependiendo del modelo. Están hechos con materiales ergonómicos y añaden comodidad para el usuario.

De acuerdo a los precios, se distinguen variedad de precios para cada modelo de reloj de acuerdo a las necesidades del usuario y su accesibilidad.

MAPA DE POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO



**CANALES DE VENTAS Y DISTRIBUCION**

El método que utilizaríamos para hacer que nuestros productos lleguen a nuestros clientes serían los siguientes:

De manera tradicional:

* Tienda física

De manera online:

* Página web:
* Redes sociales:

El canal de distribución que utilizaríamos seria a través de un **canal directo**, es decir, nosotros mismos somos quienes se encargan directamente de hacer llegar el producto a nuestros clientes.

**ARQUITECTURA DE PRECIOS**

Los precios de nuestros productos están definidos de acuerdo a dos objetivos propuestos por el negocio

***Orientados a las ganancias:***

* Lograr una retribución meta, en función de uno márgenes o ganancias
* Maximizar las utilidades, a través de maximizar los márgenes o los volúmenes.

***Orientados a las ventas:***

* Crecer el volumen de ventas, al tener precios bajos se logra obtener un mayor volumen de compradores
* Mantener o acrecentar la participación de mercado, muchas veces se puede jugar con estrategias de precios bajos para ganar puntos de mercado.